

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS APHERESIS  
DALAM MENINGKATKAN PENDONOR SUKARELA  
MASYARAKAT MUSLIM DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

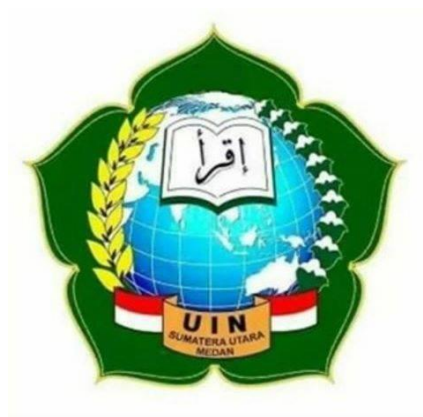
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan  
Memenuhi Syarat – Syarat Untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Oleh:**

**PURNAMA ARFAH**

**NIM 11143001**

**Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**2018**

**Purnama Arfah**, Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis dalam Meningkatkan Pendonor Sukarela masyarakat Muslim di Kota Medan.

Skripsi, Medan: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, Medan. 2018

### **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk teknik komunikasi persuasif Komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela masyarakat muslim di kota Medan, hambatan- hambatan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela, keberhasilan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela serta media yang dimanfaatkan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif, karena penelitian ini menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh dari informan penelitian. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan ilmu komunikasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertama, wawancara mendalam (*in-depth interview*), peneliti melakukan wawancara langsung dengan informan penelitian, dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan penelitian. Jenis wawancara yang dilakukan ialah wawancara semi terstruktur. Kedua, dokumentasi yaitu suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

Hasil penelitian yang ditemukan peneliti sebagaiberikut, teknik komunikasi yang dibangun relawan Komunitas Apheresis yaitu Teknik Asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, dan teknik tataan. Hambatan yang sering ditemukan yaitu terkait dengan jauhnya jarak rumah sakit dari pusat kota, minimnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat dari berdonor darah. Keberhasilan yang dicapai Komunitas Apheresis adalah dengan meningkatnya pendonor sukarela. Lalu media internal yang digunakan Komunitas Apheresis dalam berkomunikasi antar Relawan adalah *Whatsappgroup* sedangkan untuk mempublikasikan kegiatan Komunitas Apheresis menggunakan media sosial seperti *Fanspage*, *Instagram* dan *Website*.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis dalam Meningkatkan Pendonor Sukarela Masyarakat Muslim di Kota Medan”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Sosial.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menemui kesulitan dan hambatan, namun berkat kesabaran dan usaha yang dilakukan penulis serta masukan, arahan dan bimbingan maupun motivasi serta semangat yang diberikan kepada penulis sehingga kesulitan dan hambatan dapat diatasi dan akhirnya tulisan ini dapat diselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua peneliti yang selalu mendukung setiap pilihan dan keputusan bersifat moril maupun materil, Ayahanda Abu Mukmin, Ibunda Hadidjah Djahidin dan semangat motivasi dari Kakanda Aisyatur Redha dan keluarga, kakanda Umi Selamah dan Keluarga, dan Adinda Muhammad Sidik.
2. Kepada Bapak Rektor UIN Sumatera Utara, Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag. beserta Para Wakil Rektor dan Staf-Stafnya.
3. Kepada Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, Dr. Soiman, MA. dan Para Wakil Dekan dan Staf-Stafnya.

4. Kepada Bapak Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Muktaruddin, MA. dan Bapak Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Bapak Winda Kustiawan MA. Serta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam kegiatan perkuliahan serta pegawai yang telah banyak membantu mahasiswa dalam kegiatan akademis Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Ucapan terimakasih yang sebesar- besarnya Penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Rubino, MA selaku Pembimbing I dan Kepada Ibu Irma Yusriani Simamora, MA selaku Pembimbing II, atas bimbingan dan arahnya, penulis Ucapkan Terima kasih. Semoga Allah memberikan balasannya di Akhirat kelak. Amin.
6. Teristimewa tim Relawan Komunitas Apheresis Medan yang dengan baik hati membuka pintu kemudahan kepada peneliti untuk melakukan penelitian, tekhusus Kakanda Famita Destyana Utari.
7. Saudara/i seperjuangan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam stambuk 2014, terkhusus kepada Ayu Nadillah, terimakasih untuk segalanya. Dan tak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada rekan-rekan satu grup *Basecamp* (Mutia Mira Lisa, Evalawati, Nur Arika, Dewi Novita, Yunisa Heriani dan Murnilawati) semoga kalian dalam keadaan sehat walafiat. Amin.
8. Tak lupa penulis ucapkan rasa terima kasih kepada adinda dan abangda dan juga kawan-kawan LPM DINAMIKA UINSU, Rekan- Rekan Dewan Pimpinan 2017- 2018 yang tersisa 6 orang, rekan Ke Syurga

Bareng, Rekan- rekan KKN Kelompok 57. Semoga kita dipertemukan hingga ke surga.

Selain nama tersebut di atas tentu masih banyak lagi pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan serta kontribusi kepada penulis untuk itu penulis mengucapkan ribuan terima kasih yang setulus tulusnya.

Akhirnya penulis menyadari akhirnya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dan di dalamnya masih banyak kekurangan dan kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan motivasinya saran dan kontribusi dari para pembaca, dalam rangka memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini dalam penelitiannya selanjutnya.

Medan, Agustus 2018

Penulis

**PURNAMA ARFAH**  
NIM. 11.14.3.001

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Istilah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS.....</b>	<b>9</b>
A. Pengertian Komunikasi .....	9
B. Teknik Komunikasi Persuasif .....	12
C. Pesan- Pesan Komunikasi .....	16
D. Bentuk- Bentuk Komunikasi Persuasif.....	16
E. Media Komunikasi .....	20
F. Hambatan Komunikasi .....	23
G. Prinsip- Prinsip Komunikasi Islam.....	27
H. Teori Komunikasi Interpersonal.....	31
I. Penelitian Terdahulu .....	35

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Lokasi Penelitian .....	37
B. Jenis Penelitian .....	38
C. Key Informan Penelitian .....	38
D. Sumber Data .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Instrumen Pengumpulan Data .....	40
G. Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Profil Komunitas Apheresis Medan .....	42
B. Bentuk Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis .....	46
C. Hambatan- Hambatan Komunikasi Persuasif.....	50
D. Keberhasilan yang dicapai Relawan Komunitas Apheresis .....	53
E. Media yang digunaka Komunitas Apheresis.....	56
F. Pembahasan.....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebagai makhluk sosial manusia pastinya ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan dan informasi yang berkembang di lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya sendiri. Rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia untuk melakukan komunikasi dengan manusia lainnya. Sehingga dalam keseharian, mereka tidak akan pernah sedikitpun melewatkan aktivitas yang bernama komunikasi.

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat penting bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Wilbur Schramm menyebutkan bahwa komunikasi dari masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain maka akan terisolasi dengan sendirinya. Oleh sebab itu menurut Everett Kleinjan dari *East West Center Hawaii*, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup, ia perlu berkomunikasi.<sup>1</sup>

Komunikasi juga merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan yang isinya terdapat unsur bahasa, gerak, tubuh dan ekspresi dalam menyampaikan pemikiran yang disebut sebagai pesan. Dengan mengutarakan sebuah pesan maka terjadi suatu aktivitas makhluk sosial yang sifatnya dasariah sehingga pada

---

<sup>1</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 22.



akhirnya komunikasi menjadi sebuah kebutuhan permanen manusia yang membentuk keberlangsungan kehidupan makhluk sosial.<sup>2</sup>

Sejak manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, tidak bisa dipungkiri bahwa proses hubungan manusia baik secara individu, kelompok dan organisasi adalah berkomunikasi. Sebagaimana Firman Allah dalam Surah Al Baqarah ayat 25 Yaitu:

اٰكُلَمَّا لَا تَهْتَفُتْهُمَا مِنْ تَجْرِ جَنَّتِهِمْ اَنْ الصَّلِحَتِ وَعَمِلُوا اٰمَنُوا الَّذِيْنَ وَدَّيْرُ  
اَزْوَاجٍ فِيْهَا وَلَهُمْ مُّتَشَبِهَاتٌ وَاُتُوْا قَبْلُ مِنْ رُّزْقِنَا الَّذِيْ هٰذَا قَالُوْا رِزْقًا ثَمَرَةً مِنْ مِّنْهَا رِزْقُوْ  
خُلْدُوْنَ فِيْهَا وَلَهُمْ مُّطَهَّرَةٌ

Artinya : “Dan sampaikanlah berita gembira kepada mereka yang beriman dan berbuat baik, bahwa bagi mereka disediakan surga-surga yang mengalir sungai-sungai di dalamnya. Setiap mereka diberi rezeki buah-buahan dalam surga-surga itu, mereka mengatakan: "Inilah yang pernah diberikan kepada kami dahulu". Mereka diberi buah-buahan yang serupa dan untuk mereka di dalamnya ada isteri-isteri yang suci dan mereka kekal di dalamnya”<sup>3</sup>

Tanpa sadar manusia telah melakukan proses komunikasi sejak awal karena proses komunikasi tidak hanya berbicara tentang lisan tetapi berbagai macam proses komunikasi sesuai kebutuhan lawan bicara, seperti bahasa tubuh untuk berinteraksi dengan manusia yang kurang normal, bahasa isyarat dan sebagainya.

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu komunikasi suatu pengantar mengutip Kerangka berpikir William I. Gorden mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen,

---

<sup>2</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek...*, hlm.9,

<sup>3</sup>Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011)

melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan.

1. Komunikasi Sosial, komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan.
2. Komunikasi Ekspresif, Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.
3. Komunikasi Ritual, Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.
4. Komunikasi Instrumental, Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif) Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi.<sup>4</sup>

Kehidupan sehari-hari manusia sering kali menggunakan kata teknik di dalam percakapan ataupun berbagai macam kegiatan lainnya. Teknik dapat dartikan sebagai metode atau sistem dalam mengerjakan sesuatu. Dalam upaya

---

<sup>4</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 5.

terwujudnya komunikasi yang telah dikemukakan di atas maka proses komunikasi tidak bisa dilakukan secara sembarangan, komunikasi harus menggunakan teknik-teknik komunikasi yang tepat dan sesuai agar semua tujuan komunikasi yang diinginkan tercapai dengan baik.

Onong Uchjana Effendy lebih cenderung menggunakan istilah teknik komunikasi dan menurutnya ada empat teknik komunikasi yaitu:

1. Teknik komunikasi *informative*,
2. Teknik komunikasi *persuasive*,
3. Teknik komunikasi *koersif*,
4. Teknik komunikasi *human relation*.

Untuk lebih jelasnya penulis akan memaparkan salah satu teknik komunikasi yaitu Komunikasi persuasif. Teknik Komunikasi Persuasif adalah teknik komunikasi dengan tujuan ingin membujuk, mengubah sikap, pendapat dan gaya hidup seseorang.

Penerapan teknik komunikasi persuasif tentu tidak hanya dilakukan oleh lembaga Pendidikan, Politik, Ekonomi, Agama, Hukum dan Budaya akan tetapi juga diterapkan oleh komunitas-komunitas yang bergerak dalam bidang sosial tertentu. Salah satu komunitas yang menerapkan komunikasi persuasif adalah Komunitas Apheresis.

Komunitas Apheresis merupakan komunitas Sosial yang berdiri pada 3 November 2013 bergerak di bidang sosial yang melakukan Pergerakan untuk mendapatkan pendonor sukarela. Selain itu, komunitas ini juga memudahkan melakukan pendataan dan koneksi bagi sukarelawan yang bersedia melakukan

donor apheresis maupun donor *whole blood*. Pendonoran ini tidak hanya diperuntukkan bagi pasien pejuang kanker saja, melainkan juga bagi seluruh pasien yang membutuhkan Darah.

Fenomena yang terjadi saat ini bahwa setiap tahunnya jumlah pendonor Apheresis mengalami peningkatan. Peningkatan ini terjadi karena semakin sadarnya masyarakat akan indahnya berbagi, dan tentunya juga semangat relawan komunitas Apheresis dalam menyampaikan visi misi mereka kepada masyarakat muslim kota Medan. Lebih khususnya peningkatan jumlah pendonor ini terjadi karena teknik komunikasi yang digunakan komunitas adalah teknik komunikasi persuasif untuk membujuk masyarakat muslim kota Medan.

Sampai saat ini belum diketahui secara pasti bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam meningkatkan jumlah pendonor sukarela. Maka atas dasar itulah peneliti memandang perlu untuk meneliti tentang : **Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis dalam Meningkatkan Pendonor Sukarela Masyarakat Muslim di Kota Medan.**

## **B. Batasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, terlebih dahulu peneliti akan mengemukakan batasan- batasan istilah dalam proposal ini:

### **1. Teknik Komunikasi Persuasif**

Istilah persuasi (persuasion) bersumber pada perkataan latin *percuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>*Ibid...*, hlm. 21.

Menurut penelitian ini komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

## 2. Komunitas Apheresis

Komunitas Apheresis adalah sebuah kelompok sosial yang dibentuk atas dasar keprihatinan para pemuda dan pemudi medan dengan keadaan pasien pejuang kanker yang membutuhkan pendonor darah khususnya trombosit untuk terus bertahan melawan kanker. Sedangkan Apheresis adalah mesin yang memisahkan komponen darah. Kita tahu bahwa Darah terdiri dari beberapa komponen didalamnya salah satunya adalah trombosit. Darah pendonor hanya diambil bagian yang diperlukan saja, dan sisanya dikembalikan ke tubuh si pendonor.

### **C. Rumusan Masalah**

Secara terperinci Rumusan Masalah ini akan mengkaji

1. Bagaimanakah bentuk penerapan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan jumlah Pendonor Muslim di Kota Medan?
2. Apa saja kah Hambatan- Hambatan Komunitas Apheresis ?
3. Bagaimana keberhasilan teknik komunikasi persuasif Komunitas Apheresis ?
4. Media apa yang digunakan Komunitas Apheresis?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui Bagaimana bentuk proses penerapan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan jumlah Pendonor Muslim di Kota Medan
2. Untuk mengetahui hambatan dalam teknik komunikasi persuasif komunitas Apheresis
3. Untuk mengetahui keberhasilan teknik komunikasi persuasif komunitas Apheresis
4. Untuk mengetahui Media yang digunakan Komunitas Apheresis

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar bagi pengembangan dan pengkajian ilmu pengetahuan

umumnya, serta dapat dijadikan acuan data yang lebih komprehensif didalam penelitian yang sejenis khususnya.

2. Secara Praktis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap komunitas, lembaga serta masyarakat untuk memecahkan masalah praktis.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih mudah memahami isi kandungan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti menguraikan dengan membuat sistematika pembahasan bab demi bab serta beberapa sub judul, yaitu:

BAB I Pendahuluan berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teoritis membahas pengertian komunikasi, teknik komunikasi persuasif, pesan pesan komunikasi, bentuk- bentuk komunikasi persuasif, media komunikasi, hambatan komunikasi, prinsip komunikasi islam,, Penelitian Terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian membahas tentang Lokasi Penelitian, Jenis Penelitian, Informan Penelitian, Sumber Data, Teknik pengumpulan Data, Instrumen Pengumpulan data, Teknik Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian, berisikan profil singkat komunitas Apheresis Medan, bentuk proses teknik komunikasi persuasif Komunitas Apheresis, Hambatan- hambatan komunikasi persuasif, keberhasilan yang dicapai relawan komunitas Apheresis, dan media yang digunakan komunitas Apheresis, serta pembahasan mengenai penelitian ini

BAB V Penutup, berisikan tentang kesimpulan dan saran penelitian

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi Komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu *communication*. Istilah tersebut bersumber dari perkataan *communis* yang artinya sama makna atau sama arti. Secara Terminologi istilah komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan, atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang- lambang yang mengandung arti atau makna.

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat penting bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Wilbur Schramm menyebutkan bahwa komunikasi dari masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain maka akan terisolasi dengan sendirinya. Oleh sebab itu menurut Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup, ia perlu berkomunikasi.<sup>6</sup>

Komunikasi pada hakikatnya merupakan dasar eksistensi suatu masyarakat atau keluarga dan menentukan pola struktur masyarakat atau keluarga itu sendiri. Dalam kaitan ini hubungan antara anggota keluarga atau kehidupan sosial keluarga didasarkan kepada bentuk komunikasi didalamnya yang membentuk pengetahuan

---

<sup>6</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2014) hlm. 22.



tentang pengalaman masing-masing maka manusia memberitahukan dan menyebarkan apa yang dirasakan dan diinginkan.<sup>7</sup>

Komunikasi juga merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan yang isinya terdapat unsur bahasa, gerak, tubuh dan ekspresi dalam menyampaikan pemikiran yang disebut sebagai pesan. Dengan mengutarakan sebuah pesan maka terjadi suatu aktivitas makhluk sosial yang sifatnya dasarnya sehingga pada akhirnya komunikasi menjadi sebuah kebutuhan permanen manusia yang membentuk keberlangsungan kehidupan makhluk sosial.<sup>8</sup>

Sejak manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, tidak bisa dipungkiri bahwa proses hubungan manusia baik secara individu, kelompok dan organisasi adalah berkomunikasi. Sebagaimana Firman Allah dalam Surah Al Baqarah ayat 25 Yaitu:

رُزِقُوا كُلَّمَا أَلْهَتْهُمُ النَّهْرُ مَنَاجِلَ مِمَّا يَنْجَرُونَ جَنَّاتٍ مِّنْ تَجْرٍ مِنْ حَتَّىٰ يَصِلُوا إِلَىٰ آلِ الصَّالِحِينَ وَكَثِيرٍ  
مُّطَهَّرَةٍ أَرْوَاهُ فِيهَا مِنْ شَبِّهَا بِهِ وَأُتُوا مِن رُّزْقِنَا الَّذِي هَذَا أَقَالُوا رِزْقًا ثَمَرَةٍ مِنْ مِّنْهَا  
خَالِدُونَ فِيهَا وَهُمْ

Artinya : “Dan sampaikanlah berita gembira kepada mereka yang beriman dan berbuat baik, bahwa bagi mereka disediakan surga-surga yang mengalir sungai-sungai di dalamnya. Setiap mereka diberi rezeki buah-buahan dalam surga-surga itu, mereka mengatakan: "Inilah yang pernah diberikan kepada kami dahulu". Mereka diberi buah-buahan yang serupa dan untuk mereka di dalamnya ada isteri-isteri yang suci dan mereka kekal di dalamnya”.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Kuswandi, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rineka Cipta. 1996) hlm. 16,

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2007) hlm.9,

<sup>9</sup> Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011)

Berikut beberapa definisi komunikasi yang dikumpulkan Moekijat

1. Stoner dan Wankel menyatakan, komunikasi adalah proses ketika orang-orang berusaha memberikan pengertian melalui penyampaian pesan-pesan berupa lambang.
2. Harold Koontz mengungkapkan, komunikasi adalah penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima dan informasi itu dimengerti oleh pihak penerima tersebut.
3. Dale S. Beach menyebutkan, komunikasi adalah penyampaian Informasi dan pengertian dari orang yang satu kepada orang yang lain.
4. Chruden dan Sherman mengatakan, komunikasi sering disebut sebagai jaringan yang mengikat bersama semua anggota dan kegiatan dalam suatu organisasi.
5. Wexley dan Yuki menyatakan, komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi diantara dua orang atau lebih
6. Hicks dan Gullet menyebutkan komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain
7. Edwin B. Flippo menegaskan komunikasi adalah kegiatan mendorong orang-orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pembicara atau si penulis.<sup>10</sup>

Dalam proses komunikasi, yang perlu diingat adalah setiap saat terjadi proses komunikasi yang menghasilkan beribu-ribu informasi, terjadi proses saling

---

<sup>10</sup>Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm.5.

memengaruhi diantara pelaku komunikasi, dan terjadi dialog guna berbagi (*sharing*) yang mendalam diantara para pelaku, sehingga diperoleh pemahaman bersama tentang suatu hal. Proses komunikasi itu sendiri sebenarnya adalah menjual gagasan dan memperoleh persetujuan dan dukungan terhadap gagasan tersebut. Hasil akhir yang diinginkan oleh pengirim pesan adalah adanya efek perubahan perilaku.<sup>11</sup>

Menurut Onong Uchjana Effendy paling tidak ada 4 perubahan dalam diri manusia sebagai tujuan dari proses komunikasi yaitu: perubahan Sikap, Perubahan Pendapat, Perubahan Prilaku dan Perubahan Sosial.<sup>12</sup>

## **B. Teknik Komunikasi Persuasif**

Onong Uchjana Effendy lebih cenderung menggunakan istilah teknik komunikasi dan menurutnya ada empat teknik komunikasi yaitu:

1. Teknik komunikasi *informative*,
2. Teknik komunikasi *persuasive*,
3. Teknik komunikasi *koersif*,
4. Teknik komunikasi *human relation*.

Teknik Komunikasi Persuasif adalah teknik komunikasi dengan tujuan ingin membujuk, mengubah sikap, pendapat dan gaya hidup seseorang. Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif, terdapat beberapa teknik yang dapat dipilih :

---

<sup>11</sup> Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 207

<sup>12</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek...*,hlm.8

- a. Teknik Asosiasi, adalah penyajian pesan komunikasi dengan menumpangkannya pada satu peristiwa atau objek yang aktual atau sedang menarik perhatian dan minat massa.
- b. Teknik Integrasi, kemampuan untuk menyatukan diri secara komunikatif kepada komunikan, sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal
- c. Teknik Ganjaran (*pay-off technique*), yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan, dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan
- d. Teknik Tataan yang dimaksudkan dengan tataan disini adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, atau enak dilihat atau enak dibaca dan orang memiliki kecenderungan untuk mengikuti apa yang disarankan oleh pesan tersebut. Teknik tataan (*icing technique*) dalam kegiatan komunikasi persuasif adalah seni menata pesan dengan imbauan-imbauan sedemikian rupa sehingga menarik.
- e. Teknik Red – Herring. Istilah *red herring* sukar diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebab *red herring* adalah nama ikan yang tersebar di Samudera Atlantik Utara. Jenis ikan ini terkenal dengan kebiasaannya dalam membuat gerak tipu daya ketika diburu oleh binatang lain atau manusia. Dalam

hubungannya dengan komunikasi persuasif adalah seni komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh untuk menyerang lawan. Jadi teknik ini digunakan komunikator ketika berada dalam posisi yang terdesak.

Menurut teori pemrosesan informasi MC Guire, setiap perubahan perilaku selalu melalui enam tahap, yang masing-masing tahap merupakan kejadian penting yang menjadi pijakan tahap berikutnya. Tahap tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pesan persuasif harus dikomunikasikan
- b. Penerima akan memerhatikan pesan
- c. Penerima akan memahami pesan
- d. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen- argumen yang diberikan
- e. Tercapai posisi adopsi baru
- f. Terjadi perilaku yang diinginkan<sup>13</sup>

Untuk lebih berhasilnya komunikasi persuasif, perlu dilaksanakan secara sistematis. Dalam komunikasi, ada sebuah formula yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan yang biasa disebut dengan AIDDA. Formula ini merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif, dengan penjelasan:<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Aziz, Mohd Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004) hlm 460.

<sup>14</sup>*Ibid.*..., hlm. 128.

A.	- <i>Attention</i>	-Perhatian
I.	- <i>Interest</i>	-Minat
D.	- <i>Desire</i>	-Hasrat
D.	- <i>Decision</i>	-Keputusan
A.	- <i>Action</i>	-Kegiatan

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah, demikian definisi yang diberikan oleh Kenneth E. Andersen dalam buku yang ditulisnya sebagai pengantar pada teori komunikasi. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain.<sup>15</sup>

Komunikasi persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian komunikan. Upaya ini dilakukan tidak hanya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga dengan penampilan ketika menghadapi khalayak.

Istilah lain dari formula AIDDA adalah *A-AProcedure* sebagai singkatan dari *attention-action procedure* yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dilakukan dulu dengan menumbuhkan minat. Konsep ini, juga merupakan proses psikologis dari diri komunikator. Aplikasinya dalam Komunikasi adalah agar komunikan memahami dan melakukan *action* apa yang dianjurkan oleh komunikator, untuk itu maka yang pertama harus dilakukan adalah membangkitkan minat

---

<sup>15</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 52.

komunikasikan(*attention*). Hal ini bisa disentuh melalui kemauan atau keinginan dari komunikasikan. Afeksi atau cita rasa komunikasikan tersebut karena berkaitan antara satu dan lainnya. Biasanya, cita rasa tersebut terkait pada dua hal yaitu: pertama, terkait dengan kebutuhannya dan yang kedua adalah menyajikan saran untuk menyajikan kebutuhan tersebut.<sup>16</sup>

### **C. Pesan Pesan Komunikasi**

Pesan menurut Onong Effendy, “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”.

Sedangkan Abdul Hanafi menjelaskan bahwa pesan itu adalah “produktif yang nyata yang di hasilkan oleh sumber–encoder”.

Selain itu, Sastropoetromemberikan pengertian bahwa pesan (*encoding*) merupakan suatu kegiatan penting, sulit dan menentukan apakah gagasan yang ada dapat dituangkan secara pasti kedalam lembaga yang berarti dan telah disusun sedemikian rupa, sehingga menghindari timbulnya salah paham.

Pratiknomendefinisikan pesan dengan melihat dari bentuknya, yaitu:“Pesan adalah semua bentuk komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi lisan, sedangkan nonverbal adalah komunikasi dengan simbol, isyarat, sentuhan perasaan dan penciuman”.

---

<sup>16</sup>*Ibid...*, hlm.128.

Sedangkan Menurut De Vito, pesan adalah pernyataan tentang pikiran dan perasaan kita yang dikirim kepada orang lain agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh sipengirim pesan.

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan atau tema sebagai pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikannya. Pesan dapat disampaikan panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan adalah tujuan akhir dari pesan itu sendiri. Pesan (*message*) terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan (*The content of message*) dan lambang/symbol untuk mengekspresikannya. Lambang utama pada komunikasi umumnya adalah bahasa, karena hanya bahasa yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini hal yang kongkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan yang akan datang dan sebagainya.

Menurut Hanafi ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pesan, yaitu:

- a. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.
- b. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.



- c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.

## 1. Jenis-jenis Lambang dan Pesan dalam Komunikasi

### a. Pesan Verbal

Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Pesan verbal dalam pemakaiannya, menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting untuk memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan suatu bangsa, meski kita belum pernah berkunjung ke negaranya.

Bahasa mengembangkan pengetahuan kita, agar kita dapat menerima sesuatu dari luar dan juga berusaha untuk menggambarkan ide-ide kita kepada orang lain. Sebagai alat pengikat dan perekat dalam hidup bermasyarakat, bahasa dapat membantu kita menyusun struktur pengetahuan menjadi logis dan mudah diterima oleh orang lain. Sebab bagaimanapun bagusya sebuah ide, kalau tidak disusun dengan bahasa yang sistematis sesuai dengan aturan yang telah diterima, maka ide yang baik itu akan menjadi kacau. Menurut Benyamin Lee Whorf bahasa bukan hanya membagi pengalaman, tetapi juga membentuk pengalaman itu sendiri.

### b. Pesan Non-Verbal

Manusia dalam berkomunikasi selain memakai pesan verbal (bahasa) juga memakai pesan non-verbal. Pesan nonverbal menurut Cangara bahwa pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul. Pesan nonverbal bisa disebut bahasa isyarat atau gesture atau bahasa diam (*silent language*).

## 2. Bentuk-bentuk Pesan

Selain hal tersebut di atas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab terdapat tiga bentuk pesan yaitu:

### a. Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

### b. Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

### c. Koersif

Menyampaikan pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi bentuk yang terkenal dari penyampaian secara inti adalah agitasi dengan penekanan yang menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik. Koersif berbentuk perintah-perintah, instruksi untuk penyampaian suatu target.<sup>17</sup>

#### **D. Bentuk- Bentuk Komunikasi Persuasif**

##### **1. Sosialisasi Pendidikan**

Sosialisasi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menurunkan nilai-nilai dalam masyarakat dari generasi ke generasi. Sosialisasi dibagi menjadi dua jenis, yaitu primer dan sekunder. Sosialisasi primer diberikan oleh keluarga, sedangkan sosialisasi sekunder biasa kita dapat dalam masyarakat. Sosialisasi pendidikan mungkin sering kita jumpai ketika masih di bangku sekolah. Sosialisasi pendidikan sangat diperlukan untuk menanamkan nilai-nilai pendidikan dan membentuk karakter siswa.

Namun, sosialisasi ini tidak terbatas seputar bidang akademik saja, banyak topik yang bisa dihadirkan untuk menggugah gairah siswa dalam meraih prestasi. Misalnya, membantu siswa dalam mengenali diri sendiri sehingga ia dapat memaksimalkan potensinya.

---

<sup>17</sup><http://amarsuteja.blogspot.co.id/2014/07/hakikat-pesan-komunikasi.html> diakses pada tanggal 25 April 2018 pukul 10.00 WIB

Contoh dari sosialisasi pendidikan adalah sosialisasi masuk universitas, sosialisasi mengenai bahaya merokok, sosialisasi yang berkaitan dengan psikologi, dan lain sebagainya.

## 2. Seminar

Bagi yang sekarang duduk di bangku kuliah mungkin tidak asing lagi dengan istilah seminar. Karena faktanya, seminar memang banyak dihadirkan di universitas. Kata seminar berasal dari bahasa Latin yaitu *seminarium*, yang memiliki arti “tanah tempat menanam benih.”Tema yang disajikan dalam setiap seminar biasanya bersifat khusus dan membahas topik tertentu. Dan mereka yang hadir dalam seminar umumnya adalah mereka yang memiliki ketertarikan lebih pada topik tersebut. Sehingga, diharapkan komunikasi antara pembicara dan audiens bisa lebih intens.

## 3. Penyuluhan

Penyuluhan merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif dalam pembelajaran. Istilah penyuluhan berasal dari kata suluh yang artinya memberikan penerangan dalam kegelapan. Ada berbagai macam jenis penyuluhan, misalkan penyuluhan kesehatan, penyuluhan pertanian, dan lain sebagainya. Secara umum, penyuluhan ini sejenis dengan pendidikan, hanya saja sifatnya non-formal. Tentu kita tahu ya bahwa pendidikan tidak hanya berkutat pada angka atau sejarah, pendidikan

cakupannya sangat luas dan apabila kita menekuninya maka akan bermanfaat suatu hari nanti.

Sama halnya dengan seminar, penyuluhan memiliki topik khusus dan sasarannya pun tertentu. Sehingga, mereka yang akan mengadakan penyuluhan wajib untuk menghadirkan seseorang yang profesional terkait dengan topik yang diangkat. Tujuan dari penyuluhan sendiri adalah untuk memberikan pengetahuan dan menambah wawasan audiens mengenai suatu bidang. Misalnya, penyuluhan dalam komunikasi kesehatan bertujuan mengajak khalayak untuk memiliki pola hidup yang sehat. Dalam penyuluhan ini tentu dibutuhkan komunikasi yang bersifat persuasif agar khalayak percaya dan mau mengikuti pesan yang disampaikan.

#### 4. Dakwah

Dakwah merupakan istilah yang ada dalam agama Islam, yaitu suatu upaya dengan menyerukan kepada khalayak dan mengajak orang-orang untuk kembali ke jalan yang benar. Ada beberapa jenis dakwah dalam agama Islam yaitu, *dakwah bil kitabah, bil lisan, bil hikmah, dan bil haal*.

Dakwah yang sering dijumpai dalam bentuk khotbah merupakan penerapan dari dakwah *bil-lisan*. Dalam menyampaikan dakwah, seseorang perlu memiliki ilmu dan pengalaman yang cukup agar ia dapat menarik perhatian khalayak, sehingga khalayak mau melakukan dan mengikuti ajaran yang ia sampaikan. Dan tentu saja, dakwah

tidak boleh dilakukan dengan sembarangan. Seseorang yang akan menyampaikan dakwah perlu memiliki kesiapan dan kedewasaan secara rohani, sehingga saat melakukan dakwah, ia memiliki motivasi yang benar sehingga didapat hasil sesuai yang diharapkan pula.

## 5. Poster

Apabila sebelumnya telah dijelaskan bentuk komunikasi persuasif secara lisan, maka sekarang kita beralih ke bentuk tulisan, misalnya poster. Sebenarnya, gambar merupakan komponen yang paling utama dalam poster. Sedangkan tulisan diberikan sedikit untuk menekankan pesan yang disampaikan.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup><https://pakarkomunikasi.com/bentuk-komunikasi-persuasif-dalam-pembelajaran> diakses pada tanggal 09 agustus 2018 pukul 10 WIB

### **E. Media Komunikasi**

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pesan komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi, adalah pancaindra manusia, seperti mata, dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Akan tetapi, media yang dimaksud dalam buku ini, ialah media yang digolongkan atas empat macam yakni media antarpribadi, media kelompok, media public, dan media massa.

Menurut Hafied ada empat media yang dapat dipergunakan dalam proses komunikasi yaitu: 1) Media Antar pribadiseperti kurir, surat, telepon. 2) media kelompok seperti rapat, seminar, pengajian, konfrensi. 3) media publik seperti rapat akbar, rapat raksasa. 4) media massa yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.<sup>19</sup>

### **F. Hambatan- Hambatan Komunikasi**

Hambatan Komunikasi merupakan hal- hal yang dapat mengganggu atau merintangi proses penyampaian pesan- pesan komunikasi yang dilakukan oleh

---

<sup>19</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.123.

komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini hambatan atau gangguan komunikasi dibagi kedalam beberapa macam yakni:

### 1. Gangguan Teknis

Gangguan Teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*). Misalnya gangguan pada stasiun radio atau TV, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan sebagainya.

### 2. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Gangguan semantik sering terjadi karena:

- 1) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak,
- 2) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima,
- 3) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima,
- 4) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

### 3. Rintangan Fisik

Rintangan Fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan sebagainya. Dalam komunikasi antarmanusia,



rintangan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yakni tidak berfungsi salah satu pancaindra pada penerima.

#### 4. Rintangan Status

Rintangan Status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak social di antara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status antara senior dan junior atau atasan dan bawahan. Perbedaan seperti ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat pada atasannya, atau rakyat pada raja yang memimpinya.

#### 5. Rintangan Kerangka Berpikir

Rintangan Kerangka Berpikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda. William lebih jauh menyatakan bahwa, rintangan yang sulit diatasi pada hakikatnya berada antara pikiran seseorang dengan orang lain.

#### 6. Rintangan Budaya

Rintangan Budaya ialah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Di Negara-negara sedang berkembang masyarakat cenderung

menerima informasi dari sumber yang banyak memiliki kesamaan dengan dirinya, seperti bahasa, agama, dan kebiasaan-kebiasaan lainnya.<sup>20</sup>

## G. Prinsip- Prinsip Komunikasi Islam

### a. *Qaulan Sadida*: Perkataan yang Benar

لَا وَلِيَقُولُوا لِلَّهِ فَلْيَتَّقُوا عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا ذُرِّيَّةَ خَلْفِهِمْ مِنْ تَرْكُوا الْوَالِدِينَ وَلِيَخْشَ

سَدِيدًا قَو

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan *Qaulan Sadida* –perkataan yang benar” (QS. An-Nisa:9)

Dalam *Tafsir Al-Qurtubi* dijelaskan, *as-sadid* yaitu perkataan yang bijaksana dan perkataan yang benar. Dalam berkomunikasi (berbicara) harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta. “Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta” (QS. Al-Hajj:30). “Katakanlah kebenaran walaupun pahit rasanya” (HR Ibnu Hibban).

### b. *Qaulan Baligha* – Berdampak, Efektif

لِيَغَا قَوْلًا أَنْفُسِهِمْ فِي هُمْ وَقُلْ وَعِظْهُمْ عَنْهُمْ فَأَعْرِضْ قُلُوبِهِمْ فِي مَا اللَّهُ يَعْلَمُ الَّذِينَ أُولَئِكَ

ب

---

<sup>20</sup><https://pakarkomunikasi.com/hambatan-hambatan-komunikasi> diakses pada tanggal 25 April 2018 pukul 10.00 WIB

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka *Qaulan Baligha* –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.“ (QS An-Nisa :63).

Dalam *Tafsir al-Maraghi* diterangkan, *Qaulan Baligha* yaitu “perkataan yang bekasnya hendak kamu tanamkan di dalam jiwa mereka”.

Kata *baligh* berarti tepat, lugas, fasih, dan jelas maknanya. *Qaulan Baligha* artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (*straight to the point*), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele.

c. *Qaulan Ma'rufa*: Kata-Kata yang Baik

قَوْلًا لَهُمْ وَقُولُوا أَوْ اكْسُوهُمْ فِيهَا وَارْزُقُوهُمْ قِيمًا كَمَا لَمْ يَجْعَلِ اللَّهُ لَكُمْ الْسُّفَهَاءَ تُؤْتُوا وَلَا  
مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka *Qaulan Ma'rufa* –kata-kata yang baik.” (QS An-Nisa :5)

قَلْبِهِ فِي الَّذِي فَيَطْمَعُ بِالْقَوْلِ تَخْضَعْنَ فَلَا اتَّقِيْنَ إِنْ النِّسَاءَ مِنْ كَأَحَدٍ لِسْتِ النَّبِيِّ بِنِسَاءِ  
مَعْرُوفًا قَوْلًا وَقُلْنَ مَرَضَ

“Hai istri-istri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah *Qaulan Ma'rufa* –perkataan yang baik.” (QS. Al-Ahzab: 32).

Prinsip komunikasi Islam *Qaulan Ma'rufa* artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, menggunakan sindiran (tidak kasar), dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan.

*Qaulan Ma'rufa* juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat). Dalam *Tafsir Al-Qurtubi* dijelaskan, *Qaulan Ma'rufa* yaitu melembutkan kata-kata dan menepati janji.

d. *Qaulan Karima* – Ucapan yang Mulia

مَا أَوْأَحَدُهُمَا الْكِبَرَ عِنْدَكَ يَبْلُغَنَّ إِمَّا أَحْسَنًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِيَّاهُ لَا تَعْبُدُوا إِلَّا رَبُّكَ وَاقْضِ  
كَرِيمًا قَوْلًا لَهُمَا وَقُلْ تَهَرَّهْمَا وَلَا أَفِهُمَا تَقُلْ فَلَا كَلَاه

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada kedua orangtuamu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, sekali kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan ‘ah’ dan kamu janganlah membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka *Qaulan Karima* –ucapan yang mulia” (QS. Al-Isra: 23).

*Qaulan Karima* adalah perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama. Dalam ayat tersebut perkataan yang mulia wajib dilakukan saat berbicara dengan kedua orangtua.

Kita dilarang membentak mereka atau mengucapkan kata-kata yang sekiranya menyakiti hati mereka.

*Qaulan Karima* harus digunakan khususnya saat berkomunikasi dengan kedua orangtua atau orang yang harus kita hormati. *Qaulan Karima* adalah "kata-kata yang hormat, sopan, lemah lembut di hadapan mereka" (Ibnu Katsir).<sup>21</sup>

e. *Qaulan Layina* - Lemah-Lembut

تَخَشَّيْ أَوْتَيْدَ كَرِّ لَعْلَةٍ لِّئِنَّا قَوْلًا لَهُ فَقُولَا

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan *Qaulan Layina* –kata-kata yang lemah-lembut...” (QS. Thaha: 44).

*Qaulan Layina* berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam *Tafsir Ibnu Katsir* disebutkan, yang dimaksud *layina* ialah kata kata sindiran, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas, apalagi kasar.

Ayat di atas adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun agar berbicara lemah-lembut, tidak kasar, kepada Fir’aun. Dengan *Qaulan Layina*, hati komunikan (orang yang diajak berkomunikasi) akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita.

Menurut *Tafsir Al-Qurtubi*, ayat ini merekomendasikan untuk memberi peringatan dan melarang sesuatu yang munkar dengan cara yang simpatik melalui ungkapan atau kata-kata yang baik dan hendaknya hal itu dilakukan dengan

menggunakan perkataan yang lemah lembut, lebih-lebih jika hal itu dilakukan terhadap penguasa atau orang-orang yang berpangkat.

f. *Qaulan Maysura* – Mudah Dipahami

﴿مَيْسُورًا قَوْلًا لَهُمْ فَقُلْ تَرْجُوهُمَا رَبِّكَ مِنْ رَحْمَةٍ ابْتَغَاءَ عَنْهُمْ تُعْرِضُونَ وَإِمَّا

”Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhannya yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka *Qaulan Maysura* –ucapan yang mudah” (QS. Al-Isra: 28).

*Qaulan Maysura* (Maisura) bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti, dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang mengembirakan.<sup>22</sup>

## H. Teori Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah sebuah proses interaksi antara dua orang yang dilakukan secara tatap muka atau *face to face* atau melalui media. Karena itu, dengan kata lain, sebuah dialog atau percakapan yang terjadi antara dua orang bersifat personal, langsung, dan akrab. Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi yang terjadi sebagian besar bergantung pada hubungan antara dua individu, kesetaraan status, lingkungan sosial budaya dimana komunikasi terjadi, dan lain sebagainya. Komunikasi interpersonal atau

---

<sup>22</sup><http://serambihati.gasibu.com/prinsip-prinsip-komunikasi-dalam-islam/> diakses pada tanggal 25 April 2018 pukul 10.00 WIB

komunikasi antar pribadi yang menggunakan media dalam proses pertukaran pesan biasanya disebut dengan komunikasi interpersonal bermedia

Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan apa ekspresi wajah yang diberikan.

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa kajian komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi telah melahirkan berbagai teori komunikasi interpersonal yang telah kita kenal hingga kini. Teori-teori komunikasi interpersonal yang dikembangkan oleh para ahli dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana orang menyertakan pemaknaan terhadap berbagai kejadian atau peristiwa, alasan-alasan orang melakukan atau bertindak sesuatu, proses pengambilan keputusan terhadap pesan yang diterima, serta berbagai efek komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi terhadap hubungan. Teori-teori komunikasi interpersonal yang dirumuskan oleh para ahli dapat digunakan untuk memahami proses komunikasi dalam berbagai kategori lainnya.

Salah satu Teori Komunikasi yang berkaitan dengan Komunikasi Interpersonal adalah *Theory of planned behavior/reasoned action* atau Teori Ketentuan Sikap yang digagas oleh **I. Ajzen dan M. Fishbein** menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh perhatiannya terhadap penampilan perilaku yang pada gilirannya

fungsi sikap yang dimilikinya berdampak pada perilaku serta kaidah subjektivitas yang dimiliki. Teori ini merupakan pengembangan dari teori *reasoned action* dan merupakan teori yang memprediksi perilaku terbatas karena perilaku dapat dibatasi dan direncanakan. Selain digunakan dalam penelitian komunikasi interpersonal, teori ini juga termasuk dalam teori komunikasi pemasaran serta teori komunikasi persuasif.<sup>23</sup> *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan tentang perilaku yang berubah berdasarkan hasil dari niat perilaku, dan niat perilaku dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. Norma subjektif mendeskripsikan kepercayaan individu mengenai perilaku yang normal dan dapat diterima dalam masyarakat, sedangkan untuk sikap individu terhadap perilaku berdasarkan kepercayaan individu atas perilaku tersebut.

Menurut Lee & Kotler, *theory of reason action* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein, menyatakan bahwa prediksi terbaik mengenai perilaku seseorang adalah berdasarkan minat orang tersebut. Minat perilaku didasari oleh 2 faktor utama, yaitu : kepercayaan individu atas hasil dari perilaku yang dilakukan dan persepsi individu atas pandangan orang-orang terdekat individu terhadap perilaku yang dilakukan.

---

<sup>23</sup><https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-interpersonal> di akses pada tanggal 09 agustus 2018 pukul 10.00 WIB



Dapat dikatakan bahwa sikap akan mempengaruhi perilaku melalui suatu proses pengambilan keputusan yang cermat dan memiliki alasan dan akan berdampak terbatas pada tiga hal, yaitu :

1. Sikap yang dijalankan terhadap perilaku, didasari oleh perhatian atas hasil yang terjadi pada saat perilaku tersebut dilakukan.
2. Perilaku yang dilakukan oleh seorang individu, tidak saja didasari oleh pandangan atau persepsi yang dianggap benar oleh individu, melainkan juga memperhatikan pandangan atau persepsi orang lain yang dekat atau terkait dengan individu.
3. Sikap yang muncul didasari oleh pandangan dan persepsi individu, dan memperhatikan pandangan atau persepsi orang lain atas perilaku tersebut, akan menimbulkan niat perilaku yang dapat menjadi perilaku.

Pada tahun 1988, Ajzen mengembangkan *theory of reasoned action* dengan menambahkan kepercayaan individu dan persepsi individu mengenai kontrol perilaku, yaitu kepercayaan bahwa individu dapat melakukan suatu perilaku didasari oleh kemampuan untuk melakukannya. Teori ini dinamai dengan Teori Perilaku Terencana (*theory of planned behaviour*). Inti dari teori perilaku terencana mencakup 3 hal yaitu, keyakinan akan kemungkinan hasil serta evaluasi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*), keyakinan akan norma yang diharapkan serta motivasi untuk memenuhi harapan yang diinginkan (*normative beliefs*), dan keyakinan tentang suatu

faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*).<sup>24</sup>

Dari pengertian diatas, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa praktik atau perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* akan dipengaruhi oleh niat individu, dan niat individu tersebut terbentuk dari sikap dan norma subjektif. Salah satu variabel yang mempengaruhi, yaitu sikap, dipengaruhi oleh hasil tindakan yang sudah dilakukan pada masa yang lalu. Sedangkan Norma subjektif, akan dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati keyakinan atau pendapat orang lain tersebut. Sederhananya, orang akan melakukan suatu tindakan, apabila memiliki nilai positif dari pengalaman yang sudah ada dan tindakan tersebut didukung oleh lingkungan individu tersebut.<sup>25</sup>

## **I. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan Penelusuran yang telah dilakukan, secara spesifik penelitian terhadap teknik komunikasi persuasif komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela masyarakat muslim di kota medan belum pernah dilakukan, akan tetapi secara tidak spesifik ada beberapa kajian terdahulu yang dianggap memiliki relevansi dengan penelitian ini.

---

<sup>24</sup><https://sbm.binus.ac.id/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/> diakses pada tanggal 09 agustus 2018 pukul 10.00 WIB

<sup>25</sup><https://sbm.binus.ac.id/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/> diakses pada tanggal 09 Agustus 2018 pukul 10.00 WIB

1. Hasil penelitian Ambar Ayu Safitri (2017) tentang “Teknik Komunikasi Da’i PT. Sarana Bakar Dikdaya Wong Solo dalam Meningkatkan Ibadah dan Etos Kerja Karyawan di Medan”. Diperoleh bahwa Teknik komunikasi yang diterapkan dalam pengajian tersebut adalah teknik informative dan teknik persuasif, di mana para da’i menyampaikan informasi berupa materi dakwah kepada karyawan kemudian mengajak mereka untuk mengaplikasikan pesan-pesan dakwah yang telah karyawan peroleh.
2. Hasil Penelitian Iman Syahputra (2016) tentang “Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif Da’i pada Pengajian Al Ikhlas dalam meningkatkan Ibadah Jemaah Masjid Al Ikhlas Kelurahan Pulo Brayan Darat I Kecamatan Medan Timur”. Diperoleh bahwa Dai yang menjadi pemateri Rutin dalam pengajian lebih mengedepankan komunikasi yang mengarah ke metode *pay off* dan *fear arousing* yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal hal yang mengembirakan dan menyenangkan perasaan.

Faktor yang menghambat aplikasi teknik komunikasi persuasif yang dilakukan da’i adalah berkaitan dengan fasilitas yang ada, walaupun hanya sebatas hambatan yang kecil saja, misalnya berkaitan dengan pengadaan infokus sebagai media bantu untuk dapat memudahkan dai dalam menyampaikan materi dakwahnya.

### **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Lokasi Penelitian**

Karena penelitian ini bersifat lapangan, jadi lokasi penelitian ini berhubungan langsung dengan permasalahan judul skripsi. Dalam hal ini lokasi penelitian bertempat di Kantor Apheresis Medan.

### **B. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yang merupakan suatu penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah<sup>26</sup>

Bogdan dan Biklen pada buku metodologi penelitian komunikasi yang ditulis oleh Syukur Kholil mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>27</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan lapangan, yang dilakukan observasi langsung di kantor Komunitas Apheresis.

---

<sup>26</sup> Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), hlm. 3.

<sup>27</sup> Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2006), hlm, 121.

### **C. Key Informan Penelitian**

Penentuan informan dalam penelitian ini didasarkan pada ketentuan bahwa informan dapat memberikan data yang valid secara maksimal. Informan tersebut dianggap memiliki kompetensi dalam masalah yang diteliti. Dikatakan kompetensi karena informan penelitian tersebut memiliki pemahaman dan pengetahuan yang cukup mendalam terhadap pembahasan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hal tersebut maka informan dalam penelitian ini adalah Relawan Apheresis dan Pendoror Aktif Apheresis. Adapun Key Informan Penelitian yang dimaksud, yaitu:

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>KETERANGAN</b>
1.	Famita Destyana Utari	Penggagas Komunitas Apheresis
2.	Muhammad Faisal	Relawan dan Pendoror
3.	Tri Kusnandri	Relawan dan Pendoror
4.	Ir. Rahmad Eko	Relawan dan Pendoror
5.	Ahmad Fauzi	Relawan dan Pendoror
6.	Achmad Fadhlhan Yazid	Relawan dan Pendoror

### **D. Sumber Data**

Sumber Data yang diperlukan dalam Penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan data sekunder.

1. Sumber data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh langsung dari informan penelitian.
2. Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang sifatnya pendukung, yaitu buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data dari lapangan, maka teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Indepth Interview**

Interview yaitu wawancara, dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung secara terbuka dengan informan penelitian. Berdasarkan cara pelaksanaannya, Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, dalam hal ini daftar wawancara yang digunakan hanya berupa garis- garis besar dan permasalahan yang ditanyakan terkait dengan komunikator dan komunikan.

##### **2. Studi Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi karena untuk menjadikan bukti dan memperkuat data yang diperoleh dari hasil penelitian. Data yang dikumpulkan peneliti dengan dokumentasi yaitu profil lembaga, peraturan ataupun undang- undang yang dipakai oleh Komunitas Apheresis.

## **F. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen Utama penelitian ini adalah daftar pertanyaan wawancara dan didukung dengan menggunakan telepon genggam untuk recorder dan ballpoint. Daftar wawancara yang digunakan hanya permasalahan yang ditanyakan mengenai teknik komunikasi persuasif komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela masyarakat muslim di Kota Medan.

Instrumen pengumpulan data dalam dokumentasi hanya menggunakan kamera untuk mengambil gambar data yang diperlukan, arsip- arsip yang diberikan oleh Komunitas Apheresis, Program Kerja.

## **G. Teknik Analisis Data**

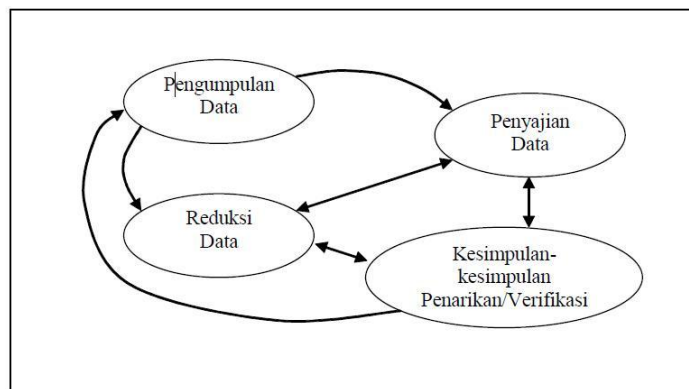
Dalam studi kualitatif, analisis data adalah sebuah proses sistematis yang bertujuan untuk menyeleksi, mengkategorikan, membandingkan, dan menginterpretasikan data untuk membangun suatu gambaran secara komprehensif tentang fenomena atau topik yang diteliti. Peneliti berusaha memaparkan keadaan yang ada secara resmi, dari bentuk- bentuk komunikasi yang dilakukan oleh objek penelitian. Maka proses analisis data adalah terus menerus.

Dalam konteks tersebut, untuk menganalisa data yang terkumpul dari hasil interview, peneliti mengadaptasi teknik analisa data kualitatif sebagaimana yang disarankan oleh miles dan Huberman, yaitu:

1. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara

2. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, membuang yang tidak perlu dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan- catatan tertulis di lapangan
3. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan
4. Penarikan kesimpulan dengan cara induktif, yaitu menarik kesimpulan dari hal- hal yang bersifat khusus pada yang bersifat umum.

Skema Teknik Analisis Data Matthew B.Miles dan A.Michael Huberman :



Gambar 1. Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif

28

---

<sup>28</sup>Matthew B.Miles dan A.Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru)*, Jakarta: UI-Press, 1992, hlm, 16-20.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Komunitas Apheresis Medan

Komunitas Apheresis Medan merupakan komunitas yang berdiri pada tanggal 03 November 2013, bermula dari rasa keprihatinan para anak muda Kota Medan terhadap keadaan pasien pengidap kanker. Para adik-adik inidinobatkan sebagai “Pejuang Kanker.” Pejuang-pejuang kanker ini sangat memerlukan darah, khususnya trombosit untuk dapat bertahan hidup melawan kankernya.



Tujuan komunitas ini didirikan yakni, untuk menjadi wadah atau jembatan bagi para pasien dalam mendapatkan pendonor sukarela dan bagi para anak muda yang ingin berbagi terhadap sesama. Selain itu, komunitas ini juga berfungsi untuk memudahkan melakukan pendataan dan koneksi bagi sukarelawan yang bersedia melakukan donor apheresis maupun donor *whole blood*. “Pendonoran ini tidak hanya

diperuntukkan bagi adik-adik pejuang kanker saja, melainkan juga bagi seluruh pasien yang membutuhkan terutama pasien Kurang mampu”.<sup>29</sup>

Visi dan Misi Komunitas Pendonor Apheresis Medan :

Visi : membantu para pejuang kanker khususnya dan para pasien kurang mampu yang membutuhkan secara Sukarela

Misi :

1. Mengumpulkan relawan-relawan untuk bersedia menjadi pendonor siaga untuk adik-adik pejuang kanker.
2. Menjadi sarana/jembatan penghubung antara pendonor dan pasien kanker.
3. Memberi dukungan moril dan materiil bagi adik-adik pejuang kanker.

Komunitas Pendonor Apheresis Medan ini tidak memiliki struktur kepengurusan, bagi mereka komunitas ini keluarga kedua di hidup mereka. ”Karena kami ingin menciptakan kehangatan saling berbagi dek,” ungkap Famita Destyana Utari, selaku penggagas dari Komunitas Pendonor Apheresis Medan.

Saat ini Komunitas Pendonor Apheresis Medan sudah memiliki 450 anggota dan pendonor siaga sekitar 200 orang. Tidak ada jadwal rutin untuk melakukan donor darah, hanya saja mereka akan siap sedia ketika adik-adik pejuang kanker membutuhkan transfusi darah. Aktivitas donor darah biasanya dilakukan langsung ke

---

<sup>29</sup>Utari, Famita Destyana, Penggagas Komunitas Apheresis “Teknik Komunikasi Komunitas Apheresis”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018

RS. Adam Malik Medan, dimana para pendonor dapat langsung bertemu dengan para pasien.

Famita mengungkapkan juga bahwa tidak ada jadwal rutin relawan untuk berkumpul, hanya saja setiap kali mereka rindukepada adik-adik, biasanya mereka langsung main ke RS. Adam Malik Medan. Namun, Famita mengakui kalau setiap minggunya mereka pasti ada kunjungan ke rumah sakit, dan itu biasa dilakukan pada akhir pekan.

Apheresis adalah donor trombosit (keping darah). Trombosit itu sendiri salah satu komponen darah yakni keping-keping darah atau sel pembekuan darah. Fungsi trombosit yaitu :

1. Trombosit memiliki fungsi utama membekukan darah sehingga tidak banyak darah yang terbuang percuma saat terjadi pendarahan.
2. Trombosit mudah pecah dan akan mengeluarkan enzim trombosit atau tromboplastin. Enzim ini berperan dalam proses pembekuan darah. Trombosit juga berfungsi untuk mendorong respon daya tahan tubuh. Dengan kata lain, trombosit juga berfungsi untuk memperkuat daya tahan tubuh.
3. Pada saat terjadi luka, maka trombosit berkumpul pada luka dan membeku sehingga luka akan tertutup. Kemudian, trombosit tersebut mengarahkan bakteri ke limpa. Selanjutnya, bakteri tersebut ‘dikepung’ oleh sel-sel

dendritik yang berfungsi sebagai sel daya tahan tubuh. Maka respon daya tahan tubuh itulah yang menghabisi bakteri

Anak-anak penderita kanker umumnya hanya membutuhkan donor trombosit daripada donor darah biasa (*full blood*) seperti yang biasa lakukan banyak orang. Jadi ketika kita menyumbang darah biasa (*full blood*) sebagian komponen darah lainnya akan terbuang. Dan hal ini sangat kurang efektif. Selain mubajir, butuh banyak kantong darah karena perlu hingga 10 kantong darah biasa untuk menghasilkan 1 kantong trombosit. Itu Artinya, kalau Donor Darah Biasa butuh 10 kantong darah (10 Pendoror) untuk menghasilkan 1 kantong trombosit dan hanya bisa menolong 1 Penderita Kanker sedangkan melalui Apheresis, satu Pendoror bisa langsung menghasilkan 1-3 kantong trombosit dan bisa menolong (1-2 Penderita Kanker).<sup>30</sup>

Dan lebih tidak efektifnya lagi donor darah biasa (Full Blood) hanya bisa dilakukan lagi setelah 3 bulan dari masa donor sebelumnya. Sedangkan Apheresis bisa dilakukan 2 minggu setelah donor apheresis yang sebelumnya karena jumlah trombosit akan pulih kembali 100% dalam waktu 2×24 jam.

Pasien yang memerlukan trombo apheresis adalah mereka yang terganggu sistem pembekuan darahnya karena sering mendapatkan pengobatan dengan radiasi, kemoterapi/cangkok stem cell, leukemia, kanker, kelainan darah serta Demam Berdarah Dengue (DBD).

Komunitas Apheresis hanya bekerjasama dengan Rumah Sakit Umum yang dikelola oleh Pemerintah yaitu RSU Adam Malik, alasannya agar Darah Apheresis yang sudah steril sampai ke pasien secara gratis tanpa dipungut biaya sepeserpun. Kalaupun kami membantu pasien yang ada di RS Murni Teguh itu karena sudah bekerjasama dengan Yayasan Kanker, merekalah yang membiayai biaya pengolahan darah di Rumah Sakit sehingga Motto Komunitas Apheresis yaitu Darah harus sampai ke Pasien NOL rupiah. Dan pendonor tidak boleh menerima imbalan/ ucapan

---

<sup>30</sup>*Ibid...*

terimakasih apapun dari pasien baik itu makanan, maupun uang. Ini sudah menjadi Komitmen yang Kuat Komunitas ini.<sup>31</sup>

## **B. Bentuk Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis**

Studi Kasus tentang Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis dalam Meningkatkan Pendonor Sukarela Masyarakat Muslim di Kota Medan, terkait dengan keberhasilan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela, Peneliti telah melakukan wawancara dengan informan, dalam hal ini yang menjadi Informan Penelitian nya adalah Relawan Komunitas Apheresis dan Pendonor Aktif.

Famita Destyana Utari selaku Penggagas Komunitas Apheresis saat diwawancarai di kediamannya di jalan cemara gang rambutan no 24 Pulau Brayan darat II medan menjelaskan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam meningkatkan pendonor sukarela masyarakat muslim adalah dengan mengajak rekan sejawat mulai dari rekan semasa sekolah di SMP, SMA, Kuliah, Rekan Komunitas Fotografi, Back Packer, dan Komunitas dakwah lainnya. Kemudian jika sudah banyak yang terjaring dengan ajakan, maka akan dilanjutkan dengan mengajak lebih luas lagi baik itu melalui teman maupun langsung turun untuk mengajak masyarakat berdonor darah. Komunitas Apheresis sering ikut serta dalam kegiatan dakwah yang di adakan oleh Komunitas Pejuang Subuh Medan, Odoj Medan, Klik Nikah Medan, Sahabat Hijrah dan Fajr Management yang menghadirkan masa dengan jumlah banyak

---

<sup>31</sup>*Ibid...*

sehingga sangat memudahkan komunitas apheresis dalam mendapatkan pendonor sukarela.<sup>32</sup>

Hasil Wawancara bersama Tri Kusnandri selaku Relawan Apheresis mengemukakan bahwa untuk mengajak masyarakat muslim melakukan donor apheresis yaitu dengan menjelaskan keuntungan yang didapat dalam donor apheresis seperti cek kesehatan secara rutin minimal 2 minggu sekali (Jangka waktu donor Apheresis). Donor Apheresis ini gunanya untuk membantu para pejuang kanker maupun yang membutuhkan darah trombosit dengan jumlah yang banyak secara berulang-ulang karena tidak semua akan menerima ajakan untuk donor apheresis disebabkan kurangnya pengetahuan dan juga proses donor apheresis berlangsung selama 1 jam lebih.<sup>33</sup>

Relawan Komunitas Apheresis dan juga sebagai Pendonor Aktif Apheresis, Muhammad Faisal dalam wawancara mengatakan dalam mengajak masyarakat untuk berdonor perlu dijelaskan terlebih dahulu manfaat yang akan dirasakan setelah melakukan donor darah, kegiatan donor darah juga ada yang dikatakan donor apheresis.<sup>34</sup>Sebenarnya, terdapat berbagai jenis donor darah tergantung dari bagian mana yang didonorkan.

---

<sup>32</sup>*Ibid...*,

<sup>33</sup>Kusnandri, Tri, Pendonor Apheresis “Teknik Komunikasi Komunitas Persuasif Apheresis”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018

<sup>34</sup>Faisal, Muhammad, Pendonor Apheresis “Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018

Apheresis sendiri memiliki arti sebagai kegiatan dari penerapan teknologi medis yang melakukan proses pengambilan salah satu komponen darah melalui alat apheresis. Maksudnya, pendonor hanya memberikan salah satu komponen yang ada di dalam darahnya, kemudian komponen lainnya akan dikembalikan lagi ke dalam tubuh.

Faisal Muhammad menjelaskan bahwa, Donor apheresis atau donor trombosit awalnya dipopulerkan oleh rumah sakit kanker. Jika di Indonesia, khususnya Jakarta, rumah sakit yang menerapkan donor darah jenis ini adalah Dharmais. Mengapa populer di rumah sakit khusus kanker, Dilansir dari *tribunnews.com*, pasien kanker lebih membutuhkan donor trombosit ketimbang donor darah biasa.<sup>35</sup>

Trombosit berfungsi untuk mengikat keping-keping darah, sehingga tidak banyak darah yang keluar saat terjadi perdarahan. Selain itu, trombosit dapat berfungsi sebagai peningkat daya tahan tubuh. Namun tidak hanya penderita kanker, beberapa kondisi berikut juga membutuhkan donor trombosit, yaitu seseorang yang mengalami gangguan pada sistem pembekuan darah akibat terlalu sering terkena radiasi, kemoterapi, leukemia, kelainan darah, dan penderita Demam Berdarah Dengue (DBD).

Sebenarnya mereka bisa saja menggunakan darah biasa, tetapi akan terlalu banyak kantong darah yang digunakan. Sedangkan 1 kantong trombosit kualitasnya setara dengan 10 kantong darah biasa. Terbayang kan jika 1 kantong trombosit saja dapat menolong nyawa 1 orang penderita kanker, lain halnya dengan 10 pendonor darah biasa yang hanya dapat menolong 1 orang penderita kanker. Sehingga tentu Jauh lebih efektif donor trombosit.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup>*Ibid...*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ir. Rahmad Eko Febrianto, berkaitan dengan teknik komunikasi persuasif yang di gunakan untuk mengajak masyarakat kota medan berdonor darah yaitu dengan terlebih dahulu melakukan pendekatan dan bercerita ringan kepada target, dengan menyampaikan pesan dari orang yang satu ke yang lainnya sehingga nantinya kabar baik itu akan meluas tersebar bahwa donor darah itu tidaklah berbahaya. Cara lain yang di gunakan untuk mengajak adalah melalui promosi di media sosial seperti *Whatsapp*, *Intagram*, dan *facebook* sehingga dapat lebih luas menjangkau target dengan waktu yang efektif dan efesien tentunya. Sejauh ini Bapak Ir. Rahmad Eko Febrianto telah melakukan donor darah sebanyak 5kali terhitung dari pertama kali bergabung bersama relawan komunitas Apheresis.<sup>37</sup>

Achmad Fadhlán Yazid selaku Relawan dan juga pendonor aktif menjelaskan bahwa untuk dapat mengajak masyarakat yang perlu dilakukan adalah menyatukan diri kepada si komunikan dengan cara menceritakan kesusahan yang dialami oleh pasien pejuang kanker yang berasal dari daerah pedalaman dan mempertarungkan nyawa di RSUD Adam Malik artinya beliau menyentuh hati si komunikan agar bermurah hati untuk berbagi bersama pasien pejuang kanker. Karena setiap harinya mereka butuh 5 kantong darah dengan harga 250.000 per kantongnya sehingga sangat menyedihkan sekali karena harus mengeluarkan biaya yang banyak. Inilah fungsi

---

<sup>37</sup>Febrianto, Rahmad Eko, Pendonor Apheresis “Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018

<sup>26</sup>Yazid, Achmad Fadhlán, Pendonor Apheresis “Teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018



Komunitas Apheresis menjadi wadah untuk membantu para pasien pejuang kanker yang kurang mampu dari segi financial.<sup>38</sup>

### **C. Hambatan- Hambatan dalam menerapkan teknik komunikasi persuasif.**

Menurut Ibu Faminata Destyana Utari ada beberapa hambatan yang dihadapi ketika mengajak Masyarakat Muslim di Kota Medan untuk berdonor darah, diantaranya yaitu :

1. Kurangnya Pengetahuan, Banyak sekali beberapa pendonor yang enggan berdonor darah karena minimnya pengetahuan tentang pentingnya berdonor darah padahal dengan berdonor kita akan mendapatkan beberapa manfaat diantaranya 1) Mencegah penyakit jantung, Manfaat donor darah yang pertama adalah mencegah memiliki penyakit jantung. Menurut *American Journal of Epidemiology*, kegiatan donor darah dapat menurunkan risiko penyakit jantung sebesar 33% dan serangan jantung sebesar 88%. *American Medical Association* mengatakan dengan mendonasikan darah setiap 6 bulan sekali dapat menurunkan risiko serangan jantung dan stroke pada usia 43 hingga 61 tahun.<sup>39</sup>

Donor darah bisa menurunkan risiko penyakit jantung Karena donor darah bisa membantu membuang kelebihan sel darah merah dari tubuh. Memiliki jumlah sel darah merah melebihi angka normal berarti memiliki darah yang relatif lebih kental

---

<sup>39</sup>Utari, Faminata Destyana, Penggagas Komunitas Apheresis “Masyarakat Madani Medan”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018

dibandingkan orang pada normalnya. Darah yang kental ini merupakan salah satu faktor risiko dari terbentuknya *aterosklerosis* yang selanjutnya dapat mengakibatkan penyakit jantung koroner. 2) Mengurangi risiko kanker, Manfaat donor darah juga bisa mencegah terkena kanker. Pada saat donor darah, zat besi dalam tubuh akan berkurang. Zat besi yang berkurang ini ikut mengurangi risiko kanker. Menurut penelitian yang telah dipublikasikan dalam *Journal of National Cancer Institute*, zat besi yang kelebihan ini bisa meningkatkan kerusakan radikal bebas yang juga meningkatkan risiko kanker dan penuaan.

2. Ketidak pedulian :Kebanyakan dari mereka yang beralasan karena takut dengan jarum, padahal salah satu bentuk Jihad di jalan Allah adalah dengan membantu sesama memberikan sebagian dari yang kita miliki. Menurut penjelasannya beliau akan terlebih dahulu mengajak masyarakat muslim untuk datang di program pekan gizi agar mereka turut merasakan empati kepada pasien kanker. Padahal belum ada sejarahnya pendonor yang meninggal dunia karena donor darah.

Sama halnya dengan Muhammad Faisal menjelaskan bahwa hambatan yang terjadi ketika mengajak masyarakat untuk melakukan donor darah yaitu karena minimnya pengetahuan tentang donor darah sehingga mindset yang beliau temui di masyarakat malah bersifat negatif seperti nantinya darah tersebut akan dijual, padahal hakikatnya darah itu tidak dijual akan tetapi adanya biaya yang dikeluarkan untuk mensterilkan darah tersebut, hambatan lainnya yaitu jarak rumah sakit yang terlalu

jauh. Karena untuk donor Apheresis sendiri si Pendonor lah yang datang ke Rumah Sakit untuk melakukan donor Darah Apheresis sehingga ini juga menjadi salah satu hambatan dalam mengajak masyarakat berdonor Apheresis. Satu hal lagi yaitu terlalu banyak menghabiskan waktu proses dari cek darah sampai pengambilan trombosit darahnya.

Bapak Tri Kusnandri juga memaparkan bahwa hambatan yang terjadi ketika mengajak masyarakat untuk melakukan donor darah diantaranya masyarakat muslim takut dengan jarum sehingga enggan untuk berdonor, takut kurang sterilnya dari alat yang sering digunakan, dan juga ditakutkan darah orang muslim digunakan untuk non muslim. Padahal jika memperhatikan secara detail, non muslim masih minim dalam berdonor darah. Agama Budha sangat ringan langkah untuk melakukan donor darah karena mereka sangat menyukai berbagi dan telah memahami secara mendalam manfaat dari donor darah itu sendiri. Beliau menambahkan bahwa untuk Donor Apheresis sendiri lebih disarankan untuk laki laki karena faktor ukuran vena yang lebih besar dibandingkan dengan perempuan. Juga bagi laki- laki tidak ada sirkulasi pertukaran darah dalam tubuhnya maka sangat dianjurkanlah untuk donor darah baik apheresis maupun donor darah biasa.

Ahmad Fauzi menjelaskan bahwa salah satu hambatan yang sering dialami oleh komunitas Apheresis adalah jarak Rumah Sakit sangat jauh dari pusat kota sehingga membutuhkan waktu lama untuk cepat sampai pada tujuan. Yang kedua keterbatasan komunikasi yaitu komunikator harus membedakan cara berbicara dengan

komunikasikan yang awam maupun yang cerdas. Karena jika salah menempatkan maka akan terjadi kesalahpahaman. Yang ketiga adalah tentang pemahaman, seperti yang sudah dijelaskan diatas sebelumnya bahwa mindset masyarakat tentang donor darah belum positif, banyak yang menduga bahwa darahnya akan dijual, padahal bukan begitu kenyataannya.

#### **D. Keberhasilan yang dicapai Relawan Komunitas Apheresis dalam meningkatkan jumlah pendonor**

Menurut Famita Destyana Utari Komunitas Apheresis telah berhasil meningkatkan jumlah pendonor setiap tahunnya. Karena semakin tingginya kesadaran masyarakat kota medan untuk saling berbagi terutama berbagi kebahagiaan kepada para pasien pejuang kanker. Untuk saat ini Komunitas sudah rutin melaksanakan 4 program yaitu:

1. Donor Standby : Pendonor datang kerumah sakit (RSU Adam Malik) untuk melakukan Donor Darah jika sewaktu- waktu pasien sedang membutuhkan darah.
2. Donor Masal :Salahsatu upaya yang dirasa cukup efektif untuk membangun kepedulian terhadap sesama melalui donor darah adalah ketika event donor darah massal dilaksanakan. Komunitas Apheresis Medan sebagai salah satu elemen di tengah masyarakat kota Medan hadir untuk menjembatani langkah itu.

Bekerja sama dengan Unit Transfusi Darah (UTD) RSUP H. Adam Malik Medan selaku tenaga medis untuk melakukan proses donor darah, Komunitas Apheresis Medan hadir pada beberapa event di Medan seperti family gathering perusahaan dan komunitas-komunitas, hingga tabligh akbar di masjid.

Para relawan Komunitas Apheresis Medan yang berhadir pada berbagai macam event tersebut memiliki peran yang berbeda-beda. Sebagian berperan membantu petugas UTD untuk melakukan proses registrasi calon pendonor, sebagian lagi berkeliling lokasi acara untuk melakukan “*direct selling*”, mengajak orang-orang yang hadir untuk ikut menyumbangkan darahnya disamping juga memperkenalkan Komunitas Apheresis Medan dan menjelaskan apa itu donor darah apheresis. Tapi juga tak jarang para relawan yang hadir berasal dari latar belakang pendidikan dokter & keperawatan, sehingga juga turut membantu proses mengukur tekanan darah calon pendonor apakah dinyatakan layak untuk melakukan proses donor darah.

Dari semua event tersebut, sejauh ini tabligh akbar di masjid adalah penyumbang kantong darah terbanyak -- 90 sampai lebih 100 kantong darah berhasil dikumpulkan pada setiap event ini. Dan kegiatan donor darah massal ini dimanfaatkan juga untuk menambah “*database*” pendonor sukarela yang bisa dihubungi ketika ada kebutuhan darah di Medan dan sekitarnya.

3. Pekan Gizi :Pekan Gizi merupakan program Apheresis Medan dengan berbagi makanan bergizi ke anak-anak pejuang kanker. Pekan Gizi bermula dari kepedulian relawan dengan pasien anak-anak pejuang kanker yang terkena gizi buruk

4. Pekan Ceria: Pekan Ceria merupakan program Apheresis Medan yang bertujuan menghibur pasien anak-anak pejuang kanker. Pekan Ceria bermula dari kepedulian relawan dengan pasien anak-anak kanker yang penat, bosan dengan berbaring di rumah sakit. Menghibur anak-anak pejuang kanker seperti lomba lukis, dongeng, cosplay, akustik, dan acara hiburan yang dilakukan oleh teman-teman dari komunitas untuk adik-adik di rumah sakit.

Untuk saat ini sudah tidak sulit lagi mencari darah trombosit dikarenakan sudah banyak pendonor apheresis tetap, 10-20 orang, donor darah stand by 200-300 orang yang terdata, jika sudah masuk jadwal donor kami akan langsung menghubungi pendonor apakah bisa meluangkan waktu untuk donor darah minggu ini.<sup>40</sup>

Karena untuk whole blood sendiri dalam jangka waktu 3 bulan sekali, donor apheresis 2 minggu sekali. Tentu dalam peningkatannya tidak terlepas dari cara mereka dalam mengajak masyarakat untuk terus berdonor, di beberapa sosial media beliau sering mengunggah foto pendonor, kisah kehidupan pasien dan mengucapkan terimakasih sehingga ini akan menjadi daya tarik untuk penikmat sosial media itu sendiri yang mulanya takut untuk berdonor maka akan terketuk hatinya untuk melakukan donor.

Komunitas apheresis tidak hanya memberikan darah kepada pasien kanker akan tetapi mereka juga memberikan bantuan darah kepada pasien jantung, diabetes, melahirkan, dan juga kecelakaan dengan syarat keluarga si pasien telah pernah melakukan donor darah artinya jika ingin dibagi kita harus terlebih dahulu

---

<sup>40</sup>Utari, Famita Destyana, Penggagas Komunitas Apheresis “Masyarakat Madani Medan”, *Wawancara Pribadi*, Medan, 09 Agustus 2018

berbagi. Akan tetapi mereka lebih mengutamakan pasien kanker karena lebih banyak membutuhkan darah trombosit yang tekanannya menurun.

“Dulu mengajak komunitas muslim untuk berdonor darah adalah seperti sebuah impian artinya sulit sekali dicapai karena mereka banyak memperdebatkan nantinya darah yang di donorkan akan dipakai siapa, dijual berapa mereka akan banyak sekali melontarkan pertanyaan”

Padahal Rasulullah pun tak pernah memilih dalam menolong ummatnya, seperti zaman dahulu menolong yahudi yang sedang kesusahan. “alhamdulillah untuk saat ini jika komunitas dakwah mengadakan event maka mereka akan membuat donor darah juga dengan mengundang komunitas apheresis medan” tutupnya.

#### **E. Media yang digunakan Komunitas Apheresis**

Komunitas Apheresis tidak memiliki kantor tetap untuk berkumpul rutin, akan tetapi komunitas ini sangat memanfaatkan media sosial untuk saling berkomunikasi antara satu dengan yang lain. Jika ada event berkelas di kota Medan maka sesekali Media Partner dalam bentuk Online di Kota Medan akan mempublikasi kegiatan seperti [ceritamedan.com](http://ceritamedan.com), [kabarmedan.com](http://kabarmedan.com), [semedan.com](http://semedan.com) maupun media cetak lainnya.

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Famita Destyana Utari dan rekan-rekannya yang lain. Hasil wawancara dengan beliau bahwa saat ini media komunikasi yang digunakan Komunitas Apheresis adalah *Whatsappgroup* sebagai media internal yang digunakan untuk berkomunikasi dengan para Relawan Komunitas Apheresis.

*Whatsapp group* ini dipakai oleh seluruh Relawan Komunitas Apheresis guna untuk membahas program mingguan, bulanan maupun tahunan. Selanjutnya media yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke publik yaitu: *Website, Instagram, Fanspage*, terkadang Media Eksternal dalam bentuk Audio Visual juga sering meliputi Komunitas Apheresis medan seperti salam TV. Maka sebagian besarnya kegiatan yang sudah dipublikasikan tersebut akan di unggah melalui *Youtube*.

## **F. Pembahasan**

1. Bentuk teknik Komunikasi Persuasif Komunitas Apheresis dalam meningkatkan Pendonor Sukarela Masyarakat Muslim di Kota Medan

Berdasarkan temuan penelitian diatas terkait dengan bentuk teknik komunikasi persuasif komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela masyarakat muslim di Kota Medan bila dianalisis lebih dalam maka bentuk teknik komunikasi persuasif yang diterapkan komunitas Apheresis ini yaitu :

Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif, terdapat beberapa teknik yang telah dilaksanakan komunitas apheresis dalam meningkatkan jumlah pendonor

- a. Teknik Asosiasi, adalah penyajian pesan komunikasi dengan menumpangkannya pada satu peristiwa atau objek yang aktual atau sedang menarik perhatian dan minat massa. Menurut analisa Peneliti dalam hal ini beberapa kegiatan komunitas apheresis menggunakan teknik asosiasi dalam meningkatkan pendonor sukarela dengan cara ikut serta dalam event yang diadakan komunitas di kota medan yang menghadirkan jumlah massa yang



banyak, sehingga dengan begitu komunitas Apheresis tidak lagi kesulitan dalam mencari pendonor. Seperti Fajr Management yang mengadakan event dengan menghadirkan Ustadz Hanan Attaki, Natta Reza, dan tokoh tokoh yang berpengaruh lainnya. Artinya ini akan menjadi daya tarik masyarakat untuk ikut dalam event tersebut.

- b. Teknik Integrasi, kemampuan untuk menyatukan diri secara komunikatif kepada komunikan, sehingga tampak menjadi satu, atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal, terlihat ketika relawan mengadakan program pekan ceria di Rumah Sakit Umum Adam Malik, artinya dengan banyak mengundang massa yang diperbolehkan untuk datang ikut serta dalam kegiatan tersebut dapat menumbuhkan rasa empati masyarakat terhadap pasien kanker.
- c. Teknik Ganjaran (*pay-off technique*), yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan jalan melukiskan hal-hal yang menggembirakan dan menyenangkan perasaannya atau memberi harapan, dan sebaliknya dengan menggambarkan hal-hal yang menakutkan atau menyajikan konsekuensi yang buruk dan tidak menyenangkan perasaan, Analisa Peneliti bahwa Komunitas Apheresis juga mengajak masyarakat dengan mengabarkan hal yang baik tentang donor, bahwa akan ada banyak manfaat yang didapatkan setelah melakukan donor darah seperti bagi laki laki sirkulasi darah akan semakin

lancar, mencegah obesitas tentu juga dapat membantu meringankan beban pejuang kanker, ini merupakan kebahagiaan secara lahiriah maupun bathiniah.

- d. Teknik Tataan yang dimaksudkan dengan tataan disini adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa sehingga enak didengar, atau enak dibaca dan orang memiliki kecenderungan untuk mengikuti apa yang disarankan oleh pesan tersebut. Teknik tataan (*icing technique*) dalam kegiatan komunikasi persuasif adalah seni menata pesan dengan imbauan-imbauan sedemikian rupa sehingga menarik, Analisa Peneliti bahwa Relawan komunitas Apheresis juga menggunakan teknik tataan yaitu dengan menyesuaikan penggunaan bahasa kepada komunikan yang berbeda pemahaman.

Keempat inilah teknik komunikasi persuasif yang digunakan komunitas Apheresis dalam membujuk masyarakat untuk ikut serta dalam donor darah, akan tetapi yang lebih dominan adalah teknik ganjaran dengan melukiskan hal- hal yang menyenangkan pasca melakukan donor dan hal yang menyedihkan terkait dengan keadaan pasien kanker di Rumah Sakit tersebut.

Bila dikaitkan dengan Prinsip- Prinsip Komunikasi Islam bahwa teknik yang digunakan sudah sesuai dengan Prinsip komunikasi islam seperti teknik ganjaran bahwa dalam islam sendiri Allah sudah menjanjikan jika kita bersedekah maka Allah akan membalasnya 7 kali lipat seperti yang terdapat dalam al quran

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ

وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir: seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (kurnia-Nya) lagi Maha Mengetahui.” (QS. 2:261)

1 butir benih menjadi 700 biji. Itulah janji Allah Ta’ala. Tiada yang mustahil bagi Allah untuk membalas derma hamba-Nya bahkan hingga 700 kali lipat. Seperti itulah balasan bagi orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah. Sangat mustahil apabila seseorang yang berinfaq akan menjadi miskin. Akan tetapi Allah akan menggantinya dengan lebih banyak lagi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa bentuk teknik komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas apheresis dalam meningkatkan jumlah pendonor sukarela masyarakat muslim di kota medan tersebut lebih mengedepankan komunikasi yang mengarah kepada kepada meode *pay off fear arousing* yakni kegiatan mempengaruhi orang lain dengan cara melukiskan hal hal yang menyenangkan dan menyedihkan perasaan, membuat hati mereka terketuk sehingga akan merasakan empati terhadap pasien pejuang kanker. Dan dalam islam sendiri terdapat penyampaian kabar gembira dan juga ancaman. Sehingga bisa menjadi acuan apa manfaat dari donor darah untuk kesehatan dan kerugiannya juga ada.

Adapun faktor yang menghambat proses penerapan teknik komunikasi persuasif adalah berkaitan dengan Rintangan Fisik yaitu jarak untuk berdonor yang sangat jauh dari pusat kota, kemudian hambatan mindset masyarakat yang salah tentang donor darah itu sendiri. Kemudian solusi untuk mengatasi hambatan tersebut adalah dengan meyakinkan masyarakat melalui kegiatan yang sudah terealisasi dan telah membantu banyak orang.

Keberhasilan yang dicapai Komunitas Apheresis adalah Untuk saat ini sudah tidak sulit lagi mencari darah trombosit dikarenakan sudah banyak pendonor apheresis tetap, 10-20 orang, donor darah stand by 200-300 orang yang terdata, jika sudah masuk jadwal donor maka relawan akan langsung menghubungi pendonor apakah bisa meluangkan waktu untuk donor darah dalam minggu ini.

Media yang digunakan komunitas ini untuk Internal adalah *Whatsappgroup*, untuk publikasi kegiatan dengan memanfaatkan media sosial seperti *website*, *fanspage*, dan *Instagram*.

### **B. Saran- saran**

Mengakhiri pembahasan dalam skripsi ini, penulis memberikan saran- saran kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Secara Teoritis : untuk tetap memberikan kontribusi bagi pengembang dan pengkaji ilmu pengetahuan agar dapat menghasilkan data yang lebih komprehensif
2. Secara Praktis: Kepada para Relawan Komunitas Apheresis Medan hendaknya harus lebih memahami teknik- teknik komunikasi persuasif dalam mengajak masyarakat kota medan, artinya disesuaikan dengan keadaan komunikan. Dan Kepada para pendonor agar senantiasa dalam keadaan sehat walafiat sehingga dapat terus berbagi kebahagiaan, berbagi rezeki kepada pasien yang membutuhkan darah.

## DAFTAR PUSTAKA

Alquran Alkarim

Aziz, Mohd Ali, 2004. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenadamedia Group

Budianto, Heri. 2013. *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*  
Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007

Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya, Jakarta: Bintang Indonesia,  
2011

Effendy, Onong Uchjana. 2014. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja  
Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT  
Remaja

Kholil, Syukur. 2006. *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Cipta Pustaka  
Media.

Kuswandi. 1996. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Rineka Cipta

Matthew B.Miles dan A.Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber  
Tentang Metode-Metode Baru)*, Jakarta: UI-Press, 1992.

Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja  
Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo.

Sumber Lain :

<http://amarsuteja.blogspot.co.id/2014/07/hakikat-pesan-komunikasi.html> diakses pada  
tanggal 25 April 2018 pukul 10.00 WIB

<https://pakarkomunikasi.com/bentuk-komunikasi-persuasif-dalam-pembelajaran>  
diakses pada tanggal 09 agustus 2018 pukul 10.00 WIB

<https://pakarkomunikasi.com/hambatan-hambatan-komunikasi> diakses pada tanggal  
25 April 2018 pukul 10.00 WIB

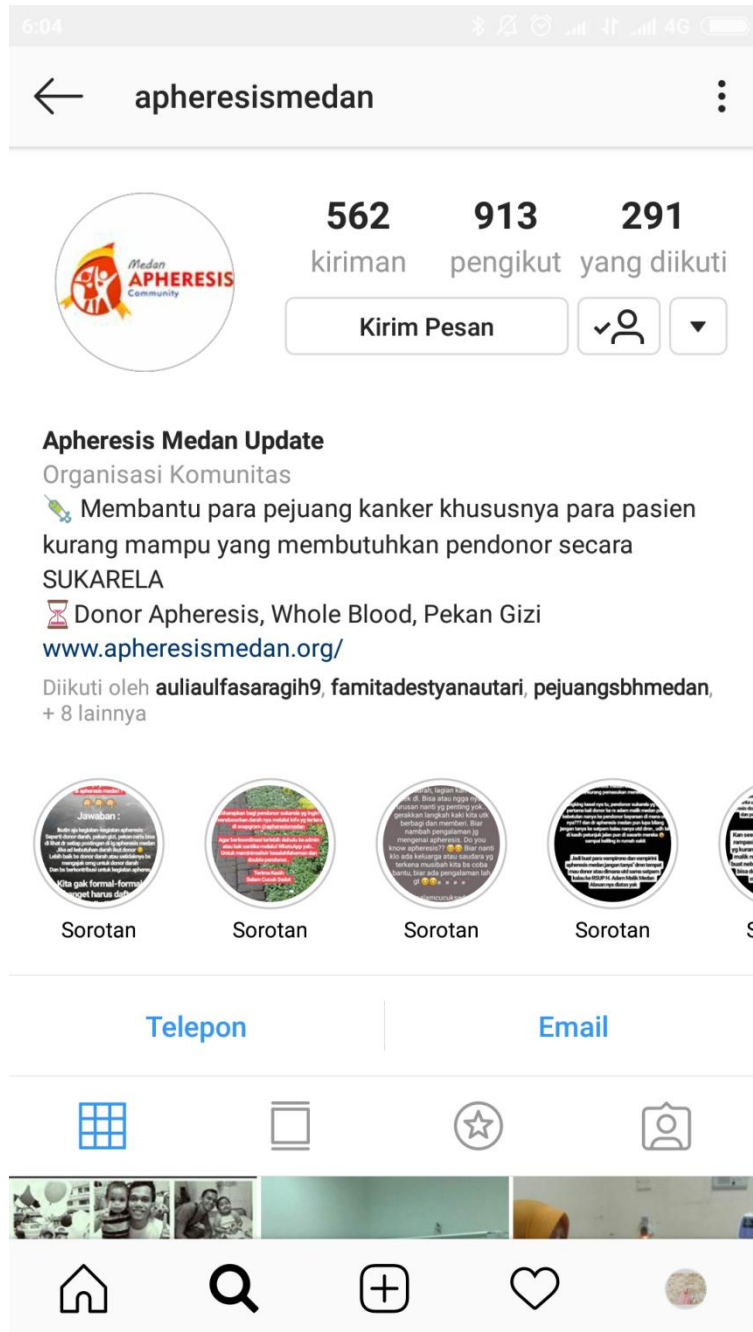
<http://serambihati.gasibu.com/prinsip-prinsip-komunikasi-dalam-islam/> diakses pada  
tanggal 25 April 2018 pukul 10.00 WIB

<https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-interpersonal> di akses pada tanggal 09  
agustus 2018 pukul 10.00 WIB

<https://sbm.binus.ac.id/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/> diakses pada tanggal 09 agustus 2018  
pukul 10.00 WIB

## LAMPIRAN- LAMPIRAN

### 1. Akun Instagram Komunitas Medan Apheresis





## 2. Akun Facebook Komunitas Medan Apheresis



**Apheresis Medan**

Organisasi Komunitas



Suka

TELEPON

...

BERANDA

POSTINGAN

FOTO

VIDEO

TENTANG

Tentang

Kota Medan

0853-6201-0074

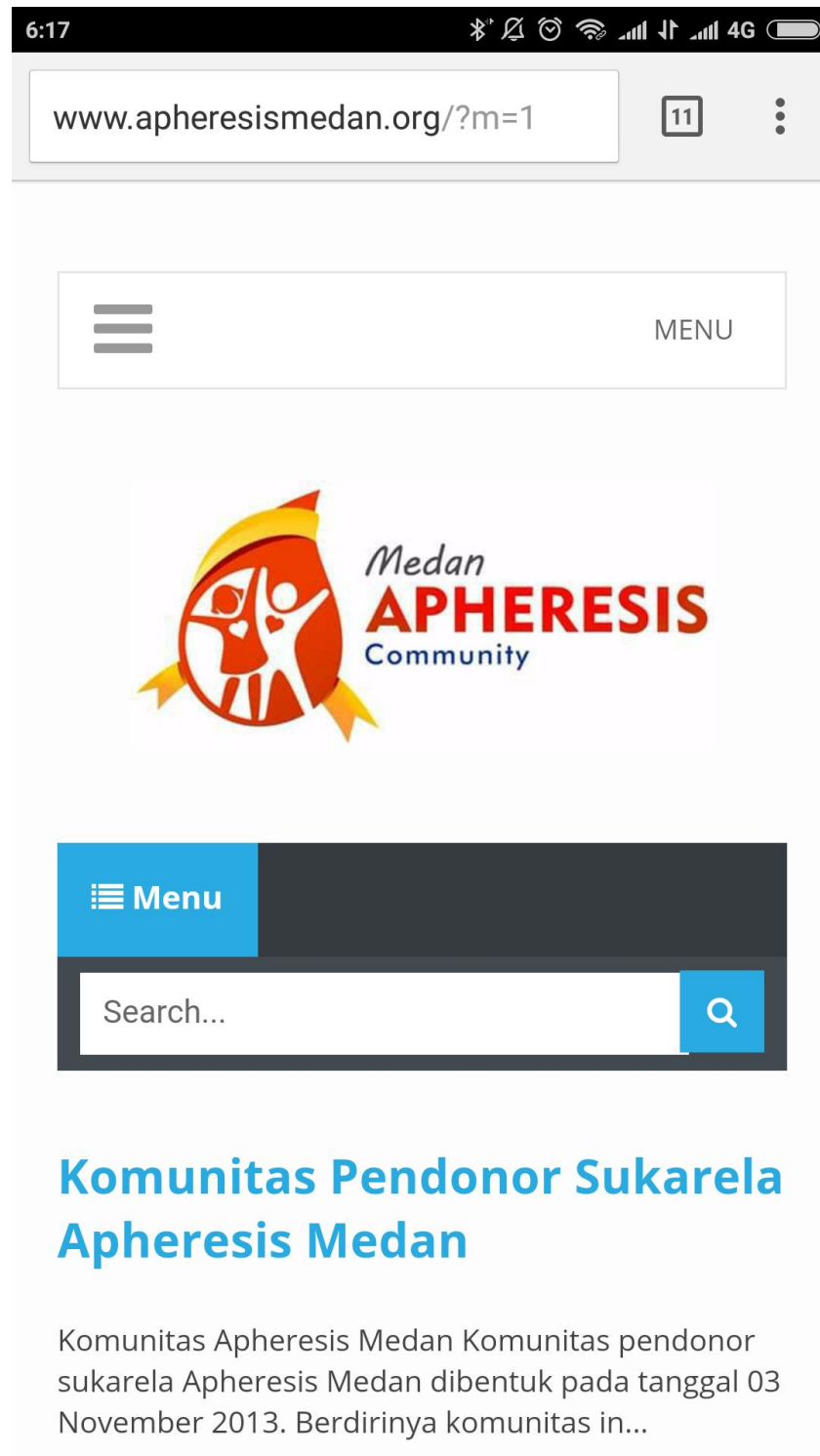
Kirim Pesan

<http://www.apheresismedan.org/>

Organisasi Komunitas

Sarankan Pengeditan

### 3. Website Komunitas Medan Apheresis



#### **4. Kegiatan Komunitas Medan Apheresis**

- a. Wari, Relawan yang sedang melakukan Donor Apheresis di RSUP H Adam Malik Medan**



- b. Yunanto Heru, Relawan yang sedang melakukan Donor Apheresis di RS Murni Teguh Medan**



c. **Reni, Relawan yang sedang melakukan Donor Apheresis di RSUP H**

**Adam Malik Medan dalam Acara Ramadhan Ceria**



d. **Relawan Medan Apheresis dalam kegiatan Minggu Ceria di RSUP**

**Adam Malik Medan**



## **DAFTAR WAWANCARA**

1. Bagaimana bentuk teknik komunikasi persuasif Komunitas Apheresis dalam meningkatkan jumlah pendonor sukarela Masyarakat Muslim di Kota Medan ?
2. Apa sajakah Hambatan dalam teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh komunitas Apheresis ?
3. Bagaimana keberhasilan yang dicapai komunitas Apheresis dalam meningkatkan pendonor sukarela masyarakat muslim di kota Medan?
4. Media apasajakah yang digunakan komunitas Apheresis dalam meningkatkan Pendonor Sukarela Masyarakat Muslim di Kota Medan ?

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **IDENTITAS DIRI**

Nama : Purnama Arfah  
NIM : 11143001  
Tempat/Tgl Lahir : Blangkejeren, 20 Juni 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jln. Sukarela Timur Gang Jaat No 57 Percut Sei Tuan, Deli  
Serdang, Sumatera Utara

### **JENJANG PENDIDIKAN**

1. SD N 06 Blangkejeren : 2002-2008
2. SMP Swasta Shalahuddin Al Munawwarah (Pesantren) : 2008-2011
3. MAN 1 MEDAN : 2011-2014
4. UIN Sumatera Utara : 2014-2018

Medan, 16 Agustus 2018

Purnama Arfah

NIM 11143001